

**ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL**

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Derajat Gelar S-2  
Program Studi Magister Agribisnis**



**Disusun oleh :**

**YOGASWARA INDRA GHARDIKA HAMZAH  
NIM : 201520390211021**

**DIREKTORAT PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
Januari 2020**

# ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

YOGASWARA INDRA GHARDIKA HAMZAH  
201520390211021

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, Rabu/ 22 Januari 2020

Pembimbing Utama

  
Prof. Dr. Jahid Tarik Ibrahim

Direktur  
Program Pascasarjana

  
Prof. Akhsanul In'am, Ph.D

Pembimbing Pendamping

  
Dr. Istis Baroh

Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis

  
Prof. Dr. Lili Zalizar

# TESIS

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**YOGASWARA INDRA GHARDIKA HAMZAH**  
**201520390211021**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada hari/tanggal, Rabu/ 22 Januari 2020  
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Magister/Profesi di Program Pascasarjana  
Universitas Muhammadiyah Malang

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua : Prof. Dr. Jabal Tarik Ibrahim

Sekretaris : Dr. Istis Baroh

Penguji I : Dr. Anas Tain

Penguji II : Dr. Untung Santoso





## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **YOGASWARA INDRA GHARDIKA HAMZAH**

NIM : **201520390211021**

Program Studi : **Magister Agribisnis**

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. TESIS dengan judul : **ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL** Adalah karya saya dan dalam naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dalam daftar pustaka.
2. Apabila ternyata dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur **PLAGIASI**, saya bersedia Tesis ini **DIGUGURKAN** dan **GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tesis ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan **HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF**.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Januari 2020

Yang menyatakan,



**YOGASWARA INDRA G. H**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **"Analisis Daya Saing Kopi Indonesia di Pasar Internasional"**. Tesis ini disusun sebagai persyaratan menyelesaikan jenjang S-2 di Program Pascasarjana Magister Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
2. Dr. Ir. Istis Baroh, MP. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, dan koreksi terhadap tesis ini.
3. Dr. Ir. Anas Tain, MM. dan Dr. Untung Santoso, M.Si. sebagai majelis penguji yang telah memberikan arahan dan koreksi.
4. Prof. Dr. drh. Lili Zalizar, MS. selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang beserta Staff dan Dosen pengajar atas fasilitas dan bantuan yang diberikan.
5. Bapak, Ibu dan saudara tercinta yang telah mencurahkan doa dan memberi semangat.
6. Sahabat dan teman-teman tercinta yang tidak kenal lelah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi tercapainya kesempurnaan tesis ini.

Malang, Januari 2020

Penulis

## ANALISIS DAYA SAING KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL

Yogaswara Indra Ghardika Hamzah

yoga.ikhlas@gmail.com

Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik, M.Si (NIDN. 0016076602)

Dr. Ir. Isits Baroh, MP (NIDN. 0705016001)

Magister Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Malang  
Malang, Jawa Timur, Indonesia

### ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan subsektor tanaman perkebunan dalam sektor pertanian Indonesia. Di kawasan negara-negara ASEAN, Indonesia merupakan negara eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam dan di tingkat dunia Indonesia tercatat sebagai negara eksportir terbesar keempat. Pada 10 tahun terakhir (2008-2017) volume dan nilai ekspor Indonesia sangat fluktuatif. Hal itu tidak terlepas dari kemampuan bersaing kopi Indonesia di pasar internasional. Tujuan penelitian ini adalah: menganalisis (1). Posisi Negara Indonesia dalam perdagangan kopi internasional; (2). Kemampuan merebut pasar dunia; (3). Daya saing kopi Indonesia di pasar internasional. Jenis data sekunder diperoleh dari Direktorat Jenderal Perkebunan tahun 2008-2017. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah (1). Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) untuk posisi kopi Indonesia; (2). *Acceleration Ratio* (AR) untuk kemampuan merebut pasar; (3) *Revealed Comparative Advantages* (RCA) untuk daya saing kopi Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan (1). Indonesia masih berada pada posisi sebagai negara pengeksport kopi; (2). Kopi Indonesia memiliki kemampuan merebut pasar internasional; (3). Kopi Indonesia memiliki daya saing di pasar internasional.

**Kata Kunci:** Komoditas Kopi, Daya Saing, Pasar Internasional

# **ANALYSIS OF INDONESIAN COFFEE COMPETITIVENESS IN THE INTERNATIONAL MARKET**

Yogaswara Indra Ghardika Hamzah

yoga.ikhlas@gmail.com

Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik, M.Si (NIDN. 0016076602)

Dr. Ir. Isits Baroh, MP (NIDN. 0705016001)

Magister of Agribusiness, University of Muhammadiyah Malang  
Malang, East Java, Indonesia

## **ABSTRACT**

Coffee is one of the leading commodities in the plantation crops sub-sector in the Indonesian agriculture sector. In the ASEAN region, Indonesia is the second largest exporter of coffee after Vietnam and in the world level, Indonesia is listed as the fourth largest exporter. In the last 10 years (2008-2017) the volume and value of Indonesia's exports have been fluctuated. This is due to the ability of Indonesian coffee to compete in the international market. The purpose of this study is to analyze (1). Indonesia's position in the international coffee trade; (2). The ability to seize the world market; (3). The competitiveness of Indonesian coffee in the international market. The secondary data type was obtained from the Directorate General of Plantation in 2008-2017. Data analysis methods in this study are (1). Index of Trade Specialization (ISP) for Indonesia's coffee position; (2). Acceleration Ratio (AR) for the ability to seize the market; (3) Revealed Comparative Advantages (RCA) for the competitiveness of Indonesian coffee. The results showed (1). Indonesia is still in a position as a coffee exporting country; (2). Indonesian coffee has the ability to seize the international market; (3). Indonesian coffee has the ability to compete in the international market.

Keywords: Coffee Commodities, Competitiveness, International Markets

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR SKEMA</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
 <b>PENDAHULUAN</b>	
Latar Belakang Penelitian .....	1
Rumusan Masalah .....	2
Tujuan Penelitian .....	4
 <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
Penelitian Terdahulu .....	4
Komoditas Kopi .....	5
Perdagangan Internasional .....	6
Manfaat Perdagangan Internasional .....	6
Penghambat Perdagangan Internasional .....	7
Teori Daya Saing .....	7
Keunggulan Komparatif .....	7
Kerangka Pemikiran .....	9
Hipotesis .....	11
 <b>METODE PENELITIAN</b>	
Subjek dan Objek Penelitian .....	11
Jenis dan Sumber Data .....	11
Metode Analisis Data .....	11
Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) .....	11
<i>Acceleration Ratio</i> (AR) .....	13
<i>Revealed Comparative Advantages</i> (RCA) .....	14
 <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) .....	15
<i>Acceleration Ratio</i> (AR) .....	16
<i>Revealed Comparative Advantages</i> (RCA) .....	17
 <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
Kesimpulan .....	18
Saran .....	19
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	20





## DAFTAR GRAFIK

Nomor	Halaman
1. Volume Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2008-2017 .....	2
2. Nilai Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2008-2017.....	3
3. Nilai RCA Indonesia dan Negara Pesaing .....	17



## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Komoditas Kopi Indonesia Tahun 2008-2017 .....	15
2. Nilai <i>Acceleration Ratio</i> (AR) Komoditas Kopi Indonesia Tahun 2008-2017.....	16



## DAFTAR SKEMA

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	10



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Tabel Ekspor Sektor Pertanian Indonesia Tahun 2014-2017 .....	22
2. Tabel Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi di Indonesia Tahun 2011-2015.....	23
3. Tabel Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2015.....	23



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Indonesia selama ini dikenal luas sebagai salah satu negara agraris terbesar di kawasan Asia Tenggara. Dengan keadaan alam yang sangat subur dan luas, masyarakat Indonesia mayoritas bermata pencaharian di sektor pertanian. Keadaan alam dan sumber daya manusia yang mendukung, sektor pertanian memiliki peluang yang sangat besar guna memajukan perekonomian Indonesia. Indonesia juga dikenal menghasilkan beberapa produk pertanian yang memiliki daya saing dalam skala global.

Secara umum, pertanian di Indonesia terbagi menjadi beberapa subsektor, antara lain subsektor tanaman pangan, tanaman perkebunan, peternakan, perikanan, dan subsektor kehutanan. Salah satu subsektor yang memiliki potensi dalam sektor pertanian yaitu subsektor tanaman perkebunan. Menurut data ekspor pertanian tahun 2014-2017, sektor perkebunan merupakan salah satu penyumbang ekspor tertinggi bagi Indonesia (*Lampiran 1. Tabel ekspor sektor pertanian tahun 2014-2017*) dengan salah satu yang menjadi komoditas unggulan Indonesia yaitu kopi. Di dalam negeri perkembangan trend konsumsi kopi dapat dikatakan semakin berkembang. Hal terlihat dari semakin menjamurnya pertumbuhan kedai-kedai kopi di berbagai kota di Indonesia. Bahkan di luar negeri, kebiasaan menyeduh kopi sudah menjadi rutinitas bahkan gaya hidup.

Secara umum terdapat dua jenis kopi yang dibudidayakan di negara Indonesia, yaitu kopi robusta dan kopi arabika. Bagi masyarakat Indonesia kopi bukan merupakan komoditas yang asing. Sejarah mencatat kopi pertama kali dibawa ke Indonesia sekitar tahun 1646. Pada awal tahun 1900-an, kopi menjadi salah satu komoditas andalan Pemerintah Hindia Belanda. Kopi-kopi yang dihasilkan oleh perkebunan dikelola oleh Pemerintah Hindia Belanda hampir seluruhnya diekspor sedangkan kopi-kopi dengan kualitas rendah dan tidak laku dieskpor akan dijual atau diberikan kepada rakyat/buruh kebun untuk dijadikan minuman (AEKI, 2018).

Dibalik sejarah panjang kopi di Indonesia serta sebagai salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia, perkembangan luas areal produksi dan produktivitas



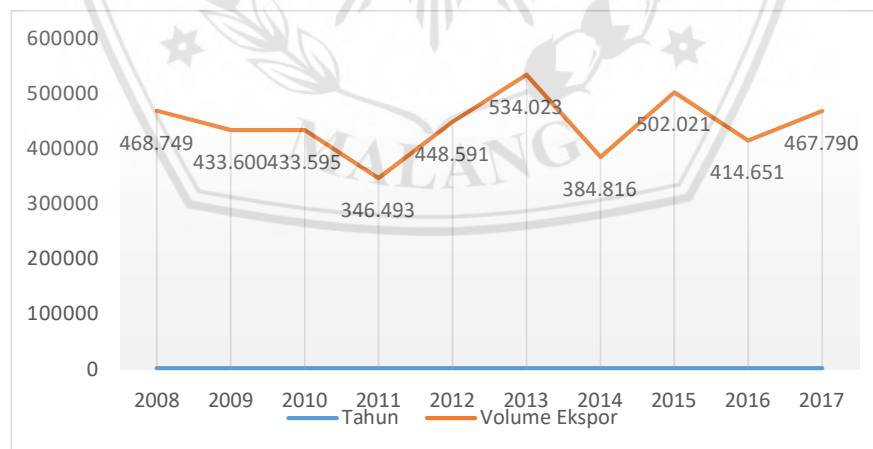
kopi Indonesia cenderung fluktuatif dan cenderung doniman nilai negatif (*Lampiran 2. Tabel perkembangan luas areal, produksi, dan produktivitas kopi di Indonesia*).

Di tingkat ASEAN, Indonesia merupakan negara dengan areal tanaman kopi terluas diantara negara lainnya. Indonesia juga tercatat sebagai negara dengan produksi kopi terbesar kedua setelah Vietnam, Indonesia berada satu tingkat di atas Malaysia yang berada pada urutan ketiga. Akan tetapi secara produktivitas, Indonesia tercatat hanya mampu menempati urutan ketujuh di antara negara-negara kawasan ASEAN.

### Rumusan Masalah

Di kawasan negara-negara ASEAN, Indonesia merupakan negara eksportir kopi terbesar kedua setelah Vietnam serta pada tingkat dunia Indonesia tercatat sebagai negara eksportir terbesar keempat. Adapun negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia dengan bentuk segar dan olahan dengan volume terbesar pada tahun 2015 yaitu Amerika Serikat. Negara tujuan ekspor kopi Indonesia antara lain Jerman, Italia, Jepang, Malaysia, Thailand, dan Rusia (*Lampiran 3. Tabel negara tujuan ekspor kopi Indonesia tahun 2015*).

Dibalik posisi Indonesia sebagai salah satu eksportir terbesar di dunia, menurut data dari Direktorat Jenderal Perkebunan dalam 10 tahun terakhir (2008-2017) volume dan nilai ekspor Indonesia cenderung fluktuatif.. Berikut merupakan grafik dari volume ekspor kopi Indonesia tahun 2008-2017 dalam satuan Ton :

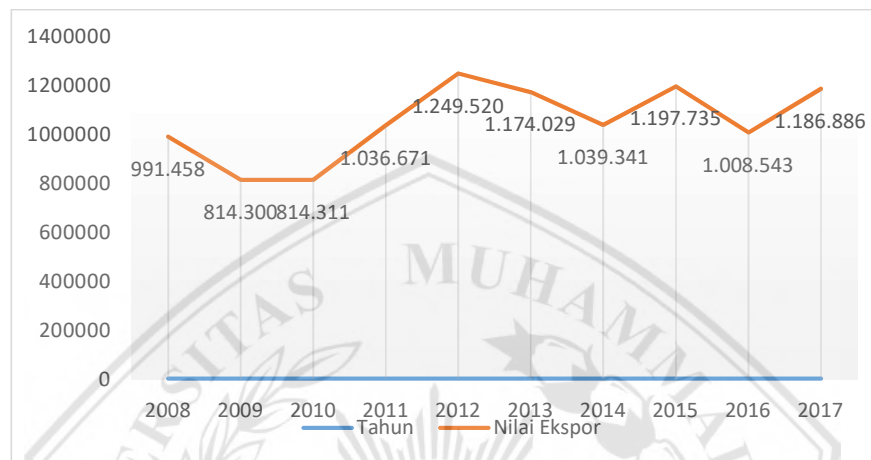


Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan

Grafik 1. Volume Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

Dari Grafik 1, terlihat volume ekspor kopi pada tahun 2008-2017 cenderung fluktuatif dengan volume ekspor kopi terendah sebanyak 346.493 ton pada tahun 2011 dan titik tertinggi sebanyak 534.023 ton pada tahun 2013.

Serta berikut merupakan grafik nilai ekspor kopi Indonesia dari tahun 2006-2015 dalam satuan ribu dolar amerika (000 US\$) :



Sumber : Direktorat Jenderal Perkebunan

Grafik 2. Nilai Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

Dari Grafik 2, nampak nilai ekspor komoditas kopi Indonesia fluktuatif dengan nilai ekspor terendah pada tahun 2009 dan nilai ekspor tertinggi pada tahun 2017.

Berdasarkan *Gambar 1* dan *Gambar 2*, terlihat adanya kinerja ekspor kopi yang fluktuatif. Adanya kinerja ekspor yang fluktuatif ini diduga terdapat kendala dalam daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, peneliti ingin mengetahui :

1. Bagaimana posisi Indonesia dalam perdagangan kopi internasional?
2. Bagaimana kemampuan komoditas kopi Indonesia dalam merebut pasar di pasar internasional?
3. Bagaimana daya saing kopi Indonesia di pasar internasional?

### **Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis posisi Indonesia dalam perdagangan kopi internasional.
2. Menganalisis kemampuan komoditas kopi Indonesia dalam merebut pasar di pasar internasional.
3. Menganalisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu dari Ria Lestari B dan Ratya Anindita (2018) dengan judul “Analisis Daya Saing Kopi Indonesia”, menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif di pasar dunia, hal ini didasarkan dengan nilai RCA Indonesia diatas 1 (satu). Dibandingkan dengan Kolombia, Vietnam dan Brazil, nilai RCA Indonesia menempati urutan terendah. Rata-rata RCA Kolombia sebagai negara pengekspor kopi terbesar yaitu 49,47. Urutan kedua yaitu Vietnam dengan rata-rata RCA 27,18 serta urutan ketiga Brazil dengan rata-rata RCA sebesar 21,24.

Menurut Putri Suci, A (2011) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Daya Saing Ekspor Ubikayu Indonesia”, menunjukkan Indonesia memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas ubikayu yang terdiri dari pati ubikayu, gaplek dan tapioka dengan nilai RCA diatas 1 (satu). Pada nilai ISP menunjukkan Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan cenderung sebagai pengekspor untuk komoditas gaplek dan tapioka, sedangkan untuk komoditas pati ubikayu cenderung memiliki daya saing rendah atau Indonesia cenderung sebagai pengimpor serta untuk nilai *Acceleration Ratio* (AR) menunjukkan secara rata-rata untuk komoditas gaplek, pati ubikayu dan tapioka memiliki pangsa pasar ekspor yang kuat atau Indonesia mampu merebut pasar ekspor untuk komoditas tersebut.

Adapun pada penelitian oleh Martha, T (2010) dalam judul “Analisis Daya Saing Ekspor Kopra Indonesia di Pasar Dunia”, secara keseluruhan dari tahun 1980-2005 nilai RCA rata-rata yaitu 14,440. Nilai indeks RCA lebih dari satu menunjukkan posisi pangsa pasar ekspor kopra Indonesia lebih besar dibandingkan dengan pangsa pasar rata-rata kopra dunia dan menandakan Indonesia mempunyai keunggulan komparatif. Pada nilai *Acceleration Ratio* (AR) dalam periode tahun 1980-2005

memperoleh nilai rata-rata 2.7775,8. Nilai rata-rata yang lebih dari satu menunjukkan Indonesia dapat merebut pasar untuk komoditas kopra atau posisi Indonesia semakin kuat di pasar ekspor atau pasar domestik. *Acceleration Ratio* (AR) dalam periode tahun 1980-2005 memperoleh nilai rata-rata 2.7775,8. Nilai rata-rata yang lebih dari satu menunjukkan Indonesia dapat merebut pasar untuk komoditas kopra atau posisi Indonesia semakin kuat di pasar ekspor atau pasar domestik.

Pada penelitian Ariel Hidayat dan Soetrisno (2010) dengan judul “Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia di Pasar Internasional”, nilai RCA Indonesia tahun 2004-2008 menunjukkan nilai diatas 1 (satu). Hal ini menunjukkan bila Indonesia memiliki keunggulan komparatif di atas rata-rata dunia terhadap komoditas kopi robusta. Hasil analisis menggunakan metode *Acceleration Ratio* (AR) menunjukkan Indonesia mampu merebut pasar untuk komoditas kopi robusta atau posisi Indonesia semakin kuat di pasar ekspor atau pasar domestik pada kurun waktu 2004-2006, sedangkan pada tahun 2007-2008, Indonesia semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik, sedangkan Indeks Spesialisai Perdagangan (ISP) menunjukkan pada kurun waktu 2004-2008 Indonesia mempunyai daya saing yang kuat atau Indonesia cenderung sebagai negara pengekspor dari komoditas kopi robusta.

Pada penelitian Fadhlan Zuhdi dan Suharno (2015) dengan judul “Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5”, menunjukkan nilai rata-rata RCA Indonesia lebih rendah daripada nilai rata-rata RCA Vietnam. Nilai RCA Indonesia diperoleh sebesar 10,16, sedangkan RCA Vietnam sebesar 53,44. Hasil tersebut menunjukkan bila ekspor kopi Vietnam lebih memiliki daya saing dibandingkan dengan ekspor kopi Indonesia.

### **Komoditas Kopi**

Kopi merupakan jenis tanaman perkebunan dan menjadi salah satu komoditas unggulan Indonesia. Di Indonesia terdapat tiga jenis kopi yang dibudidayakan yaitu Robusta, Arabika, dan Liberika. Tanaman kopi merupakan salah satu tanaman perkebunan yang berasal dari negara Ethiopia di Afrika. Menurut sejarah, tanaman kopi mulai diperkenalkan pada dunia sekitar abad ke-17 di India. Tanaman kopi menyebar di Eropa setelah dibawa oleh seorang yang berkebangsaan Belanda. Belanda

yang pada saat itu memiliki negara jajahan membawa serta tanaman kopi ke wilayah jajahannya termasuk negara Indonesia.

Ekspor kopi Indonesia pertama dilakukan pada tahun 1711 oleh VOC, dan dalam kurun waktu 10 tahun meningkat sampai 60 ton/tahun. Hindia Belanda saat itu menjadi perkebunan kopi pertama diluar Arab dan Ethiopia, yang menjadikan VOC memonopoli perdagangan kopi dari tahun 1725-1780 (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia, 2019).

Pada tahun 1911 pemerintah mendirikan Pusat Penelitian Tanaman Kopi yang mana pada saat itu bernama *Besoekisch Proefstation* di Jember, Jawa Timur. Adapun tugas Pusat Penelitian Tanaman Kopi memiliki tugas untuk mengembangkan dan meneliti guna memperoleh varietas kopi unggulan.

### **Perdagangan Internasional**

Perdagangan internasional atau dengan kata lain perdagangan (transaksi jual-beli) yang dilakukan oleh dua negara atau lebih merupakan kegiatan yang pasti dilakukan oleh setiap negara. Perbedaan kekurangan dan keunggulan yang dimiliki setiap negara secara sumberdaya manusia (SDM) maupun sumberdaya alam (SDA) menuntut antar negara untuk dapat memenuhi kebutuhan dalam negerinya masing-masing. Negara yang memiliki suatu keunggulan secara kuantitas dalam suatu komoditas cenderung akan bertindak sebagai eksportir (penjual) dan akan menjualnya kepada negara yang lebih membutuhkan (importir) terhadap suatu komoditas.

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perseorangan, antara individu dengan pemerintah suatu negara maupun pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain (Setiawan & Lestari, 2011). Adapun pengertian perdagangan internasional menurut Tambunan (2011) yaitu perdagangan antara atau lintas negara yang meliputi kegiatan ekspor dan impor. Perdagangan internasional dibagi menjadi dua katagori, yakni perdagangan barang (fisik) dan perdagangan jasa.

### **Manfaat Perdagangan Internasional**

Adanya perdagangan internasional yang terjadi tentu setiap negara akan memperoleh beberapa manfaat. Menurut Setiawan dan Lestari (2011) ada beberapa

manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan perdagangan internasional antara lain meningkatkan hubungan persahabatan antar negara, kebutuhan setiap negara dapat tercukupi, mendorong kegiatan produksi barang secara maksimal, mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, setiap negara dapat mengadakan spesialisasi produksi serta memperluas lapangan kerja.

### **Penghambat Perdagangan Internasional**

Dalam setiap perdagangan internasional tentu tidak selalu mencapai kelancaran dalam pelaksanaannya, adapun beberapa faktor yang menjadi penghambat terjadinya perdagangan internasional antara lain kebijakan ekonomi internasional yang dilakukan oleh pemerintah, perbedaan mata uang di setiap negara, ketidakstabilan kurs mata uang asing, sumberdaya berkualitas rendah, keamanan suatu negara dan adanya penerapan tarif dan pembatasan impor.

### **Teori Daya Saing**

Menurut Simanjuntak (1992), daya saing merupakan suatu konsep yang menyatakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditas dengan mutu yang baik dan biaya produksi yang cukup rendah. Sehingga pada harga-harga yang terjadi di pasar internasional dapat diproduksi dan dipasarkan oleh produsen dengan memperoleh harga laba yang mencukupi sehingga dapat mempertahankan kelanjutan biaya produksinya.

Dalam pendapat lain, daya saing ekspor suatu komoditas yaitu kemampuan komoditas dalam memasuki pasar luar negeri dan kemudian memiliki kemampuan mempertahankan pasar tersebut. Daya saing suatu komoditas dapat diukur atas perbandingan pangsa pasar komoditas tersebut pada kondisi pasar yang tetap. Daya saing merupakan kemampuan suatu komoditas untuk memberikan keuntungan secara terus menerus serta memiliki kemampuan memperbaiki pangsa pasar (Rifai dan Taruman, 2005).

### **Keunggulan Komparatif**

Menurut David Ricardo (1817) mengenai hukum keunggulan komparatif menjelaskan beberapa asumsi antara lain yang dapat menjelaskan suatu keunggulan komparatif, antara lain : hanya terdapat dua negara dan dua komoditi, perdagangan bersifat bebas, terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negeri namun



tidak ada mobilitas antara dua negara, biaya produksi constan, tidak terdapat biaya transportasi serta tidak ada perubahan teknologi.

### **Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)**

Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) merupakan suatu metode analisis yang digunakan sebagai alat ukur tingkat daya saing suatu negara. Dengan menggunakan Indeks Spesialisasi Perdagangan kita dapat mengetahui suatu negara cenderung menjadi negara eksportir atau menjadi negara importir pada suatu komoditas. Adapun kriteria pengambilan keputusan metode analisis ISP sebagai berikut :

- Jika nilai ISP positif ( $> 0$  sampai dengan 1), maka negara tersebut memiliki daya saing yang kuat dan cenderung menjadi negara pengekspor dari suatu komoditas tersebut.
- Jika nilai ISP negatif ( $< 0$  sampai dengan -1), maka negara memiliki daya saing yang lemah atau cenderung menjadi negara pengimpor dari komoditas tersebut.

### ***Acceleration Ratio (AR) / Rasio Akselerari***

*Acceleration Ratio (AR)* merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu negara mampu merebut pasar di luar negeri atau posisinya semakin lemah di pasar ekspor atau di pasar domestik terhadap suatu komoditas. Adapun kriteria pengambilan keputusan metode analisis AR sebagai berikut :

- Jika  $AR > 1$ , maka negara tersebut mampu merebut pasar untuk komoditas tersebut atau posisi negara tersebut semakin kuat di pasar ekspor atau di pasar domestik.
- Jika  $AR \leq 1$  maka negara tersebut belum mampu merebut pasar untuk komoditas tersebut atau posisi negara tersebut semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik.

### ***Revealed Comparative Advantages (RCA)***

*Revealed Comparative Advantages (RCA)* merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif komoditi suatu negara terhadap dunia. Adapun kriteria pengambilan keputusan metode analisis RCA sebagai berikut:

- Jika  $RCA \geq 1$ , maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditi tersebut diatas rata-rata dunia.

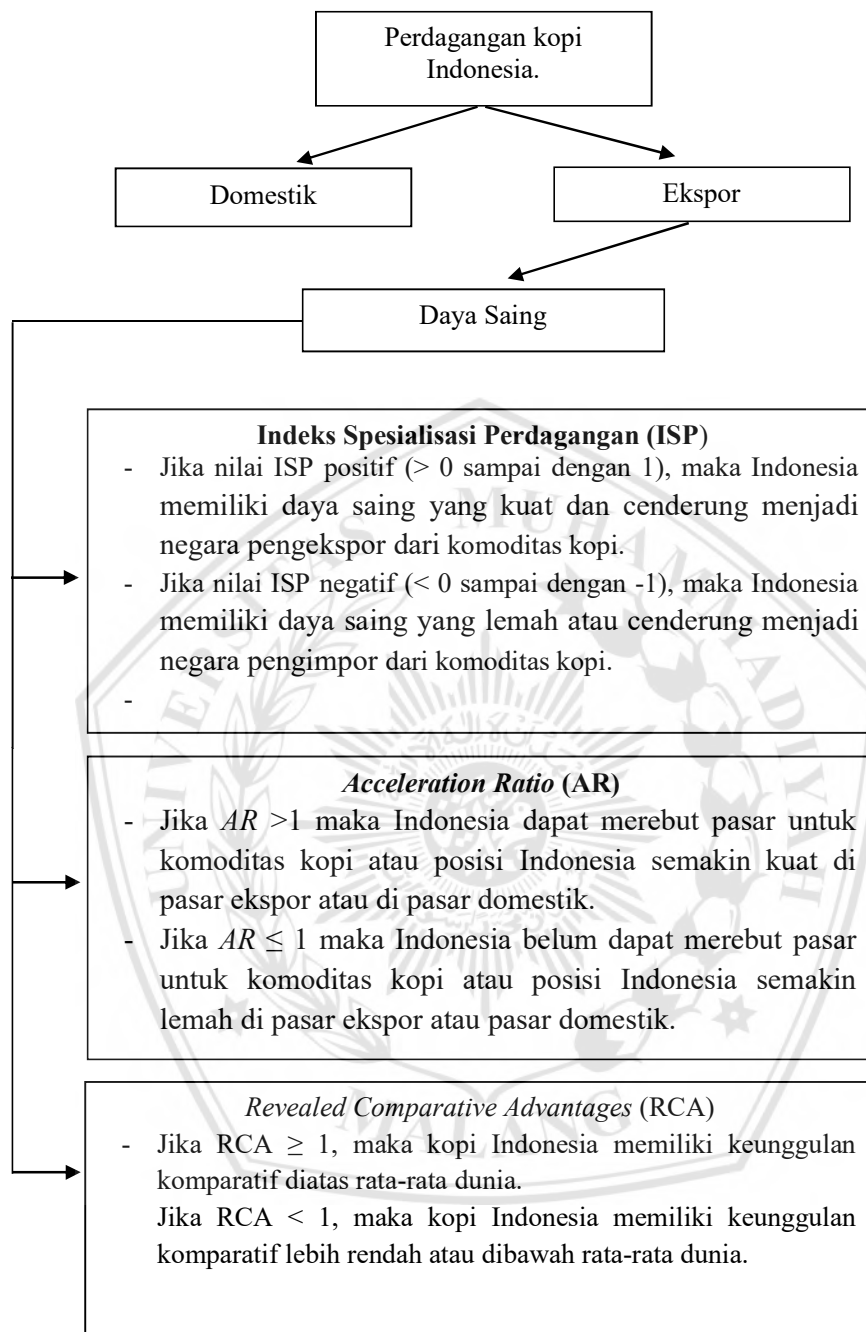
- Jika  $RCA < 1$ , maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif suatu komoditi tersebut lebih rendah atau dibawah rata-rata dunia.

### **Kerangka Pemikiran**

Sebagai komoditas unggulan Indonesia, sudah semestinya pemerintah Indonesia lebih memperhatikan perkembangan kopi di negeranya. Kinerja kopi Indonesia sendiri khususnya dalam rentang tahun 2008-2017 bisa dikatakan mengalami keadaan naik dan turun, atau dapat disebut fluktuatif. Dalam kurun waktu 2008-2017, volume dan nilai ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuatif. Dari keadaan ini dapat diduga adanya kendala dalam perkopian Indonesia dan menimbulkan tanda tanya bagaimana tingkat daya saing kopi Indonesia di pasar internasional.

Guna membantu mengetahui daya saing komoditas kopi Indonesia di pasar internasional, peneliti menggunakan beberapa metode analisis antara lain, Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), *Acceleration Ratio* (AR) serta *Revealed Comparative Advantages* (RCA). Adapun metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) kita dapat mengetahui apakah suatu negara cenderung menjadi negara eksportir atau menjadi negara importir pada suatu komoditi, sedangkan metode analisis AR digunakan untuk mengetahui apakah suatu negara mampu atau belum mampu dalam merebut pasar komoditas tersebut di pasar internasional, dan dengan menggunakan analisis RCA kita dapat mengetahui keunggulan komparatif komoditi suatu negara terhadap dunia.

Dari semua penjabaran mengenai analisis daya saing kopi Indonesia di pasar internasional, berikut merupakan bentuk kerangka pemikiran penelitian bila digambarkan dalam bentuk skema:



Skema 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

## **Hipotesis**

Berdasarkan konsep kerangka penelitian pada Skema 1, maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis yaitu :

1. Indonesia cenderung sebagai negara pengespor kopi.
2. Indonesia mampu merebut pasar komoditas kopi di pasar internasional.
3. Indonesia memiliki keunggulan komparatif terhadap komoditas kopi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini berupa data ekspor kopi tahun 2008-2017. Adapun objek penelitian berfokus pada tingkat daya saing komoditas kopi Indonesia dalam pasar Internasional.

### **Jenis dan Sumber Data**

Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua yang tidak terlibat secara langsung dalam penelitian tetapi menunjang penelitian sebagai data pendukung. Data yang digunakan merupakan data *Time Series* dari tahun 2008 hingga 2017. Adapun sumberdata yang digunakan dalam penelitian ini antara lain Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pertanian, *Food and Agriculture Organization of the United Nations* (FAO), *World Trade Organization* (WTO), United Nation Commodity Trade (UN Comtrade), buku, penelitian terdahulu, internet dan media publikasi lainnya yang terkait dengan bahan penelitian.

### **Metode Analisis Data**

#### **Analisis Kualitatif (Deskriptif) dan Analisis Kuantitatif**

Analisis kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara deskriptif tentang data yang diperoleh selama penelitian. Penyajian data pada analisis ini berupa tabel yang dilengkapi dengan pernyataan-pernyataan yang mendukung hasil penelitian.

Analisis kuantitatif berfungsi untuk mengetahui analisis daya saing komoditas kopi. Adapun metode yang akan digunakan dalam menunjang penelitian antara lain ;

- a. Metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP), sebagai alat ukur tingkat daya saing suatu negara dan dapat mengetahui suatu negara cenderung menjadi negara

eksportir atau menjadi negara importir pada suatu komoditi. Adapun bentuk rumus metode Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) sebagai berikut:

$$ISP = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Dimana :

$ISP$  = Indeks Spesialisasi Perdagangan

$X_{ij}$  = Nilai ekspor komoditas kopi Indonesia

$M_{ij}$  = Nilai impor komoditas kopi Indonesia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis  $ISP$  sebagai berikut :

- Jika nilai  $ISP$  positif ( $> 0$  sampai dengan 1), maka Indonesia memiliki daya saing yang kuat dan cenderung menjadi negara pengekspor dari cenderung menjadi negara pengekspor komoditas kopi.
- Jika nilai  $ISP$  negatif ( $< 0$  sampai dengan -1), maka Indonesia memiliki daya saing yang lemah atau cenderung menjadi negara pengimpor dari komoditas kopi.

Dengan didapatnya nilai  $ISP$  maka dapat diketahui posisi daya saing dari suatu komoditas dari suatu negara. Menurut Hiratsuka (2003), posisi daya saing dibagi dalam lima tahap, yakni :

1. Tahap pengenalan

Ketika suatu industri (*forerunner*) di suatu negara (A) mengekspor produk-produk baru dan industri pendatang belakangan (*latercomer*) di negara B impor produk-produk tersebut. Dalam tahap ini, nilai indeks  $ISP$  dari industri *latercome* ini adalah -1,00.

2. Tahap substitusi impor

Nilai indeks  $ISP$  naik antara -1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini, industri di negara B menunjukkan daya saing yang sangat rendah, dikarenakan tingkat produksinya tidak cukup tinggi untuk mencapai skala ekonominya. Industri tersebut mengekspor produk-produk dengan kualitas yang kurang bagus dan produksi dalam negeri masih lebih kecil daripada permintaan dalam negeri.

Dengan kata lain, untuk komoditas tersebut, pada tahap ini negara B lebih banyak mengimpor daripada mengekspor.

3. Tahap ekspor

Nilai indeks ISP naik antara 0,00 sampai 1,00. Tahap ini merupakan industri di negara B melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya. Di pasar domestik, penawaran untuk komoditas tersebut lebih besar daripada permintaan.

4. Tahap kedewasaan

Nilai indeks berada pada kisaran 1,00 sampai 0,00. Pada tahap ini produk yang bersangkutan sudah pada tahap standarisasi menyangkut teknologi yang dikandungnya. Pada tahap ini negara B merupakan negara *net exporter*.

5. Tahap kembali mengimpor

Nilai indeks ISP kembali menurun antara 0,00 sampai -1,00. Pada tahap ini industri di negara B kalah bersaing di pasar domestiknya dengan industri dari negara A dan produksi dalam negeri lebih sedikit dari permintaan dalam negeri.

- b. Metode *Acceleration Ratio* (AR), metode ini digunakan untuk melihat potensi suatu negara dapat merebut pasar di dunia. Adapun bentuk rumus dari metode AR sebagai berikut :

$$AR = \frac{[(trend X_{ij}) + 100]}{[(trend M_{ij}) + 100]}$$

Dimana :

$AR$  = *Acceleration Ratio*

Trend  $X_{ij}$  = Nilai ekspor komoditas kopi Indonesia

Trend  $M_{ij}$  = Nilai impor komoditas kopi Indonesia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis AR sebagai berikut :

- Jika  $AR > 1$  maka kopi Indonesia mampu merebut pasar atau posisi Indonesia semakin kuat di pasar ekspor atau di pasar domestik.
- Jika  $AR \leq 1$  maka kopi Indonesia belum mampu merebut pasar atau posisi Indonesia semakin lemah di pasar ekspor atau pasar domestik.



c. Metode *Revealed Comparative Advantages* (RCA), merupakan metode analisis yang akan digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif komoditi suatu negara terhadap dunia. Tulus Tambunan (2004), memberikan definisi RCA dengan rumus :

$$RCA = \left( \frac{X_{IK}}{X_{IM}} \right) / \left( \frac{X_{WK}}{X_{WM}} \right)$$

Dimana :

$X_{IK}$  = Nilai ekspor produk kopi negara Indonesia

$X_{IM}$  = Total nilai ekspor negara Indonesia

$X_{WK}$  = Nilai ekspor produk kopi dunia

$X_{WM}$  = Total nilai ekspor produk dunia

Adapun ketentuan atau kriteria pengambilan keputusan metode analisis RCA sebagai berikut :

- Jika  $RCA \geq 1$ , maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia.
- Jika  $RCA < 1$ , maka kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif lebih rendah atau dibawah rata-rata dunia.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Indeks Spesialisai Perdagangan

Penggunaan analisis Indeks Spesialisasi bertujuan untuk mengetahui apakah suatu negara lebih cenderung sebagai negara eksportir atau cenderung sebagai negara importir dalam suatu komoditas yang diperdagangkan.

Tabel 1. Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) Komoditas Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

No	Tahun	Nilai ISP
1	2008	0,96
2	2009	0,94
3	2010	0,92
4	2011	0,91
5	2012	0,83
6	2013	0,94
7	2014	0,91
8	2015	0,95
9	2016	0,91
10	2017	0,94
Rata-rata		0,91

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas kopi Indonesia selalu positif (diatas 0 sampai dengan 1). Nilai ISP terendah Indonesia terjadi pada tahun 2012 dengan nilai 0,83 dan nilai tertinggi pada tahun 2008 dengan nilai 0,96. Nilai ISP komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga 1 menandakan jika Indonesia memiliki daya saing dan cenderung sebagai negara pengekspor.

Berdasarkan nilai ISP Indonesia yang berada dalam kisaran antara 0 dan 1, menurut teori siklus produk Hiratsuka posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan ekspornya sedangkan pada pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan.

Hasil dari teori Hiratsuka yang menempatkan Indonesia dalam tahap ekspor selaras dengan hasil menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (KEMENTAN RI) (2018), dimana dalam pasar domestik penawaran untuk komoditas

kopi lebih besar daripada permintaan. Menurut data dari Kementerian Pertanian tercatat untuk konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 2017 sebesar 226.097 ton sedangkan produksi kopi sebesar 716.089 ton. Terpenuhinya kebutuhan dalam negeri memungkinkan Indonesia untuk mengeksport kelebihan dari produksi yang ada.

#### **Analisis *Acceleration Ratio* (AR)**

Dalam upaya meningkatkan daya saing komoditas sebuah negara dalam pasar internasional, suatu negara perlu mengetahui bagaimana nilai suatu komoditas dalam merebut pasar dari negara tersebut. Dengan menggunakan metode *Acceleration Ratio* (AR) suatu negara dapat mengetahui bagaimana komoditasnya dalam merebut pasar internasional.

Tabel 2. Nilai *Acceleration Ratio* (AR) Komoditas Kopi Indonesia Tahun 2008-2017

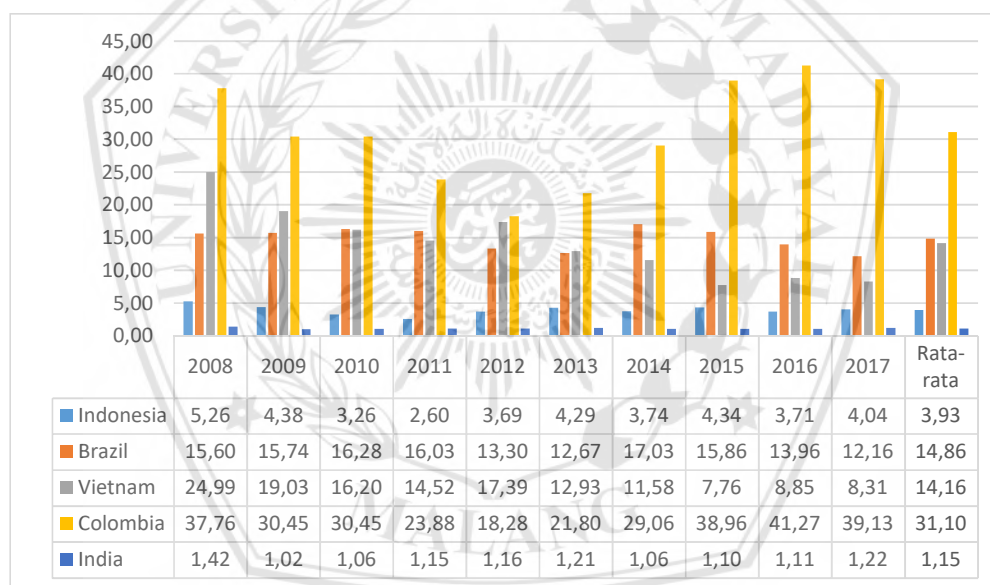
No	Tahun	Nilai AR
1	2008	1,69
2	2009	1,64
3	2010	1,48
4	2011	1,47
5	2012	1,56
6	2013	1,61
7	2014	1,55
8	2015	1,76
9	2016	1,64
10	2017	1,67
Rata-rata		1,61

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 2, nilai *Acceleration Ratio* (AR) komoditas kopi Indonesia menunjukkan nilai positif (lebih dari satu) walaupun nilainya cenderung fluktuatif setiap tahunnya. Titik terendah nilai AR kopi Indonesia terjadi pada tahun 2011 dengan nilai 1,47 dan nilai AR tertinggi pada tahun 2015 dengan nilai 1,76, serta rata-rata nilai AR yang diperoleh adalah 1,61. Nilai AR komoditas kopi Indonesia yang selalu positif menandakan jika Indonesia mampu merebut pasar komoditas kopi di pasar internasional.

### Analisis *Revealed Comparative Advantages* (RCA)

Dalam suatu perdagangan baik dalam skala kecil, besar, dalam negeri hingga luar negeri/internasional persaingan merupakan hal yang tidak dapat dihindarkan. Dalam skala internasional, suatu negara terkadang memiliki keunggulan dibandingkan negara lainnya dalam suatu komoditas. Adapun cara mengetahui suatu negara memiliki daya saing terhadap negara lainnya dapat diketahui dengan perhitungan analisis. Salah satu analisis yang dapat digunakan yaitu *Revealed Comparative Advantages* (RCA). RCA merupakan metode analisis yang akan digunakan untuk mengetahui keunggulan komparatif komoditi suatu negara terhadap dunia, semakin tinggi nilai RCA suatu negara menandakan negara tersebut memiliki daya saing yang lebih baik daripada negara lain.



Grafik 3. Nilai RCA Indonesia dan Negara Pesaing (Data Sekunder Diolah, 2019).

Berdasarkan Grafik 3, nilai RCA komoditas kopi Indonesia rentang tahun 2008 sampai dengan tahun 2017 terlihat fluktuatif. Kendati nilai RCA yang fluktuatif, nilai RCA dari tahun 2008 hingga tahun 2017 Indonesia selalu menunjukkan nilai yang positif (lebih dari satu). Nilai RCA yang positif menunjukkan jika komoditas kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Adapun titik tertinggi daya saing yang dimiliki Indonesia yaitu pada tahun 2008 dengan nilai RCA sebesar 5,26 dan titik terendah

pada tahun 2011 dengan nilai RCA sebesar 2,60, sedangkan nilai rata-rata RCA Indonesia adalah 3,93.

Nilai RCA komoditas kopi Indonesia bila dibandingkan dengan negara pesaing di pasar internasional, nilai RCA Indonesia terlihat lebih kecil dan hanya mampu lebih baik dari negara India. Negara Kolombia merupakan negara dengan keunggulan komparatif tertinggi dengan nilai RCA rata-rata 31,10, kemudian berturut-turut Brazil dengan nilai RCA rata-rata 14,86 dan Vietnam dengan nilai RCA rata-rata 14,16.

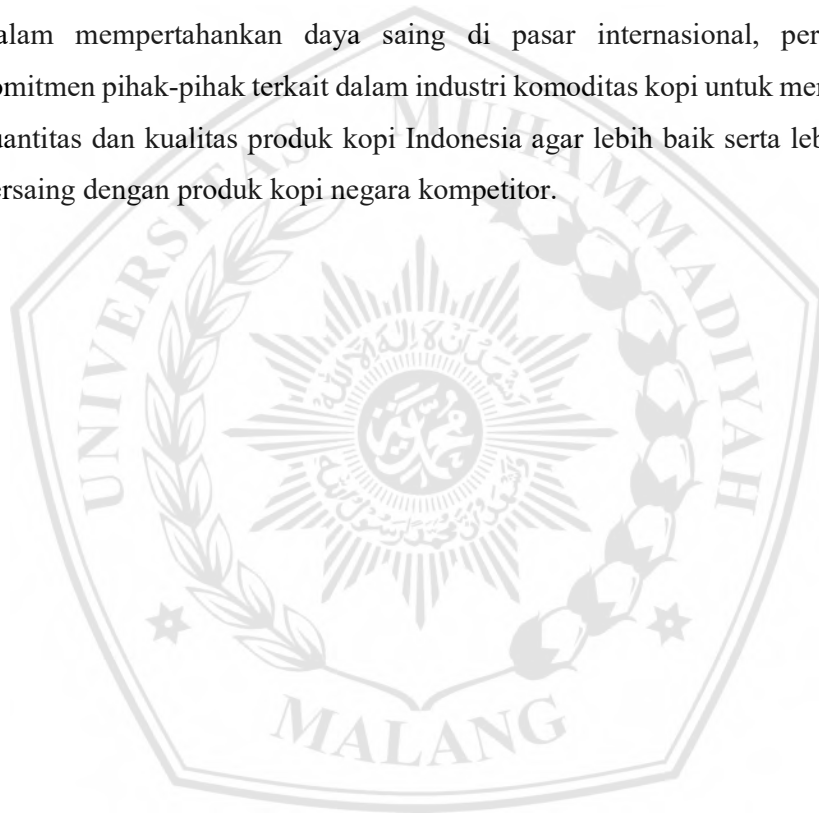
## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab empat, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan :

1. Nilai Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP) komoditas kopi Indonesia yang berkisar antara 0 hingga 1 menandakan jika Indonesia memiliki daya saing dan cenderung sebagai negara pengekspor. Berdasarkan nilai ISP Indonesia yang berada dalam kisaran antara 0 dan 1, menurut teori siklus produk Hiratsuka posisi daya saing Indonesia berada pada tahap ekspor. Pada tahap ini, komoditas kopi Indonesia melakukan produksi dalam skala besar dan mulai meningkatkan eksportnya sedangkan pada pasar domestik penawaran untuk komoditas kopi lebih besar daripada permintaan.
2. Nilai *Acceleration Ratio* (AR) komoditas kopi Indonesia menunjukkan nilai positif (lebih dari satu). Nilai AR yang selalu positif menandakan Indonesia mampu merebut pasar komoditas kopi di pasar internasional.
3. Nilai *Revealed Comparative Advantages* (RCA) Indonesia dari tahun 2008-2017 selalu bernilai positif (lebih dari satu). Nilai RCA yang positif menunjukkan jika komoditas kopi Indonesia memiliki keunggulan komparatif diatas rata-rata dunia atau dapat disimpulkan bila komoditas kopi Indonesia memiliki daya saing yang kuat di pasar internasional.

## **SARAN**

1. Trend positif ekspor kopi Indonesia harus dipertahankan bahkan ditingkatkan guna memperkuat posisi Indonesia sebagai negara ekportir kopi dan bila terdapat kebijakan yang dapat menghambat kelancaran dalam perdagangan kopi diharapkan sebisa mungkin untuk diminimalisir.
2. Peluang Indonesia dalam merebut pasar komoditas kopi di pasar internasional harus dipertahankan dan sebisa mungkin untuk ditingkatkan. Kerjasama dari hulu ke hilir dalam komoditas kopi harus selalu ditingkatkan.
3. Dalam mempertahankan daya saing di pasar internasional, perlu adanya komitmen pihak-pihak terkait dalam industri komoditas kopi untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk kopi Indonesia agar lebih baik serta lebih mampu bersaing dengan produk kopi negara kompetitor.





## DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia (AEKI). *Sejarah Kopi di Indonesia*. 2019.
- Asriani, P. S. 2011. *Analisis Daya Saing Ekspor Ubikayu Indonesia*. J. Agroland 18 (1) : 65-70.
- Badan Pusat Statistik. 2019. *Perkembangan Ekspor Nonmigas*. (Diakses 25 Maret 2019).
- David, Fred. R. (2011). *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep*. Edisi Duabelas. Jakarta: Salemba Empat.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2019. *Statistik Perkebunan Indonesia 2017-2019*. (Diakses 10 April 2019).
- Fadhlan dan Suharno. *Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia dan Vietnam di Pasar ASEAN 5*. Habitat, Vol 26 No 3. 152-162.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). 2019. *Fao.org/faostat/en/#data/TP*. (Diakses 5 Agustus 2019)
- Hidayat Ariel dan Soetriono. 2010. *Daya Saing Ekspor Kopi Robusta Indonesia di Pasar Internasional*. J-SEP Vol. 4 No. 2, 62-82.
- Hiratsuka, dan Daisuke 2003. *Competitiveness of ASEAN, China, and Japan*. dalam Tambunan, Tulus. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2019. *Outlook Kopi 2018*. Kementerian Pertanian.
- Ratya dan Ria. 2018. *Analisis Daya Saing Kopi Indonesia*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisni (JEPA). Vol. 2 No. 1 : 1-9.
- Rifai, A dan Taruman, S. 2005. *Perdagangan Internasional*. Pekanbaru : Unri Press.
- Setiawan, Heri dan Lestari, Sari. 2011. *“Perdagangan Internasional”*. Jakarta: Erlangga.
- Simanjuntak, S.B. 1992. *Analisis Daya Saing dan Dampak Kebijakan Pemerintah terhadap Daya Saing Perusahaan Kelapa Sawit Indonesia*. Disertasi Doktor. Program Pascasarjana IPB, Bogor.
- Tambunan, T. 2001. *Perekonomian Indonesia: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Salemba Empat.

Tambunan, T. 2004. *Globalisasi dan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Turukay, Martha. 2010. *Analisis Daya Saing Ekspor Kopra Indonesia di Pasar Dunia*. Jurnal Budidaya Pertanian, Vol. 6 No. 2, 72-77.

World Trade Organization (WTO). 2019. [wto.org/english/res\\_e/res\\_e.htm](http://wto.org/english/res_e/res_e.htm). (Diakses 5 Agustus 2019)



## LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Ekspor Sektor Pertanian tahun 2014-2017 (000 US\$) :

NO	Sektor	TAHUN			
		2014	2015	2016	2017
1.	Ikan dan Udang	2.620,20	2.167,00	2.430,70	2.757,10
2.	Kopi, Teh, Rempah- Rempah	1.715,60	2.064,90	1.779,20	1.826,80
3.	Buah-Buahan	302,1	368,6	324,1	362,3
4.	Biji-Bijian Berminyak	327,1	224,3	257,4	224,5
5.	Bahan-Bahan Nabati	54,9	93	104,8	144,2
6.	Lak, Getah, Dan Damar	75,8	75,8	74,4	84,7
7.	Sayuran	93,3	124,5	86,3	101,4
8.	Berbagai Produk Kimia	107,5	114,5	100,5	96,6
9.	Kakao/Coklat	200,7	118,3	86,3	56,2
10.	Gandum-Gandum	13,4	56,5	11,6	1,1
11.	Tembakau	83,2	59,1	50	55,9
12.	Binatang Hidup	69,6	59,1	57,3	64
13.	Perhiasan/Permata	28,7	31,2	45,3	46,6
14.	Produk Hewani	18,8	17,2	16,4	21,3
15.	Pohon Hidup, dan Bunga Potong	21,6	30,4	20,9	17,6
16.	Karet dan Barang Dari Karet	11,7	10,7	10,9	12,8
17.	Susu, Mentega, Telur	1,3	0,7	2,3	4
18.	Lemak & Minyak Hewan/Nabati	22,5	10,7	4,6	0,4
19.	Kapas	2	4,1	2	2,1
20.	Hasil Penggilingan	0	0	0	0
21.	Bahan Kimia Organik	0	0	0	0
22.	Kayu, Barang Dari Kayu	0,5	0,6	0,6	0,5
23.	Sutera	0	0	0	0
24.	Wol, Bulu Hewan	0	0	0	0
<b>Total</b>		<b>5.770,60</b>	<b>5.631,20</b>	<b>5.465,80</b>	<b>5.880,20</b>

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) diolah Kementerian Perdagangan, 2019

Lampiran 2. Tabel Perkembangan Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Kopi di Indonesia Tahun 2011-2015

Tahun	Luas Lahan (ha)	Pertumbuhan (%)	Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)	Produktivitas (kg/Ha)	Pertumbuhan (%)
2011	1.233.698	-	638.646	-	717	-
2012	1.235.290	0,13	691.163	8,22	761	6,15
2013	1.241.713	0,52	675.881	-2,21	739	-2,84
2014	1.230.495	-0,90	643.857	-4,74	716	-3,13
2015	1.230.001	-0,04	639.412	-0,7	721	-2,46

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2018 (Diolah)

Lampiran 3. Tabel Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2015

No.	Negara Asal	Volume Ekspor (Ton)	Nilai Ekspor (000 US\$)	Share Volume Ekspor (%)
1	Amerika Serikat	65.509	281.159	13,05
2	Jerman	47.664	88.424	9,49
3	Itali	43.048	84.005	8,58
4	Jepang	41.241	104.962	8,21
5	Malaysia	39.394	70.809	7,85
6	Thailand	29.305	52.319	5,84
7	Rusia	26.940	54.640	5,37
8	Lainnya	208.919	461.418	41,62
Total		502.919	1.197.735	100

Sumber : Outlook Kopi Kementerian Pertanian, 2018